

Tartu Ülikool

Psühholoogia instituut

Carmen Küdorf

**SOOLISED ERINEVUSED SUHTUMISES AVALIKESSE PESEMISKOHTADESSE JA
NENDE SEOSSED PERSONAALSETE VÄÄRTUSTEGA**

Uurimistöö

Juhendaja: Toivo Aavik

Läbiv pealkiri: Suhtumine avalikesse pesemiskohtadesse ja seosed väärtustega

Märksõnad: väärtused, avalikud pesemiskohad, kehakuvand, soolised erinevused

Tartu 2015

Kokkuvõte

Käesolev töö uuris soolisi erinevusi suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse ning seoseid personaalsete väärtuste ja kehakuvandiga. Uurimiseks kasutati mitmeosalist küsimustikku, mis mõõtis eelnimetatud muutujaid. Valimisse kuulus 714 vastajat vanuses 18-35. Leidis kinnitust, et naised suhtuvad avalikesse pesemiskohtadesse ja alastusse negatiivsemalt kui mehed. Kehakuvandil ja suhtumises pesemiskohtadesse oli statistiliselt oluline positiivne seos, kuid sooliselt esines oluline seos vaid meestel. Selgus, et suhtumises pesemiskohtadesse ja personaalsete väärtuste vahel oli negatiivne seos maine, konformsuse alagruppide ja alandlikkusega, positiivne korrelatsioon oli seoses hedonismiga - võib järeldada, et avalikesse pesemiskohtadesse ja alastusse negatiivsemalt suhtuvad vastajad peavad Schwartzi väärtusmudelis olulisemaks konservatiivseid väärtusi. Kõige paremini ennustasid suhtumist pesemiskohtadesse väärtustest maine ja konformsus - reeglid.

Märksõnad: väärtused, avalikud pesemiskohad, kehakuvand, soolised erinevused

Gender differences in attitudes towards public showers and connections with values**Abstract**

The aim of this research was to find connections between personal values, attitudes to public showers and body image. The questionnaire consisted of different parts that measured the aforementioned variables. The sample comprised of 714 participants within ages of 18-35. The results revealed that women have a more negative attitude to public showers than men. There was also a statistically significant positive correlation between body image and attitude towards public showers, but only among men. When comparing values and attitudes towards public showers, there were negative correlations with face, both conformity values and humility, and positive correlations with hedonism - this shows that people against public showers value more conservative values. The main predictors of values to attitudes towards social nudity were face and conformity - rules.

Key words: values, public showers, body image, gender differences.

Running head: Attitudes towards public showers and values

Sissejuhatus

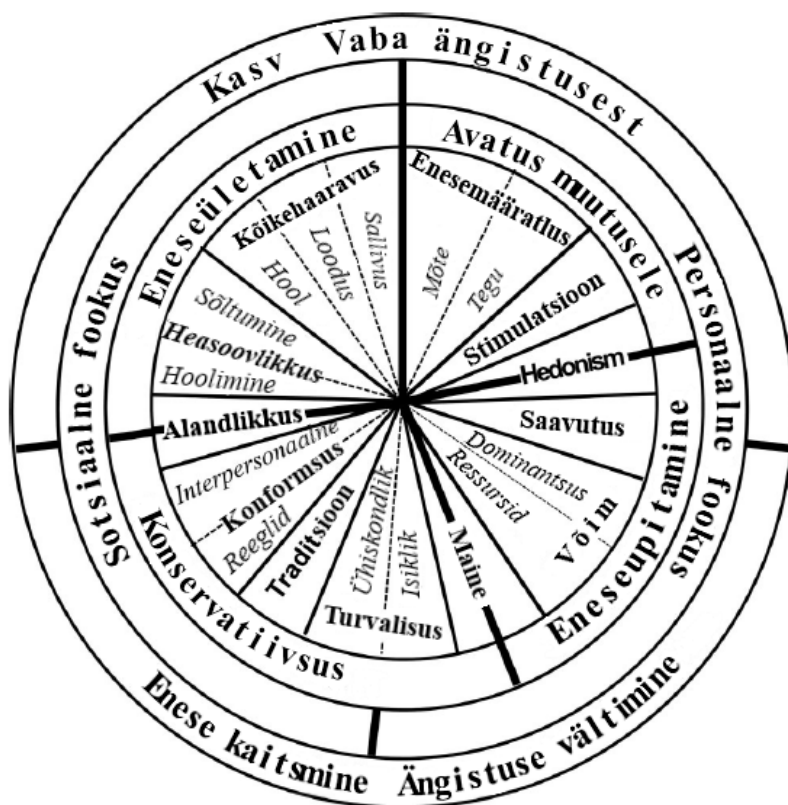
Töös käsitletud teemat on eelnevalt vähe uuritud – pole uuritud suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse ning potentsiaalsete sõltumatute muutujate seost. See töö on oluline, kuna uurib nii mõnegi jaoks üsna igapäevast elulist aspekti, mis aga teisele võib probleeme tekitada. Teema püstituse jaoks sai uurimisgrupp inspiratsiooni rahvusvahelisel noortekonverentsil osaledes, kus esines selgeid erinevusi käitumises avalikes pesemiskohtades – järgnevalt uuritakse, kas väärtused või kehakuvand võivad suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse mõjutada ning kas soolised erinevused on olulised.

Väärtused

Töö on koostatud kasutades Schwartz-i (2012) teooriat ja definitsiooni väärtuste kohta ning ka Schwartz'i poolt loodud küsimustikku. Schwartz kirjeldab väärtusi kuue erineva tunnusega: 1. väärtused on uskumused, mis on lahutamatult seotud afektiga, 2. väärtused viitavad soovitatavatele eesmärkidele, mis motiveerivad tegevusi, 3. väärtused ületavad konkreetseid tegevusi ja situatsioone, 4. väärtused toimivad kui standardid või kriteeriumid, 5. väärtused on järjestatud tähtsuse järgi, suhtes üksteisega, 6. erinevate väärtuste suhteline tähtsus juhib tegevusi.

Schwartz'i väärtuste süsteem on loodud põhimõttel, et tegevused, mis on sooritatud ühe väärtuse saavutamiseks, võivad kas vastanduda või sobituda mõnede teiste väärtustega. Seda iseloomustab hästi ringmudel (Joonis 1), milles vastanduvate väärtuste poole ei saa püüelda ühe käitumisega, kuid kõrvuti olevad väärtused toetavad teineteist. Vastanduvate väärtuste poole püüdlemine võib inimeses tekitada kognitiivse dissonantsi. Inimesed võivad küll püüelda vastandlike väärtuste poole, kuid ajaliselt ja situatsiooniliselt erinevate tegevuste abil. Jooniselt 1 on näha, et näiteks traditsioon, konformsus ja turvalisus on konservatiivsuse aladimensioonid, kuna teenivad sama motivatsioonilist eesmärki. Jooniselt on ka näha mudeli jaotatus kaheks bipolaarseks dimensiooniks, millest esimene vastandab väärtused, mis rõhutavad avatust muutustele ehk mõtlemise, tegutsemise ja tunnete iseseisvust, väärtustele, mis rõhutavad konservatiivsust - korda, enese piiramist ja mineviku säilitamist. Teiseks dimensiooniks on eneseületamine vs eneseupitamine. See dimensioon näitab konflikti väärtuste vahel, mis

rõhutavad teiste inimeste eest hoolitsemist, heatahtlikkust ning ühtsust, vastandina enda huvide saavutamisele, domineerimisele ja võimule. Hedonism on vahepealne väärtus, mis omab jooni nii muutustele avatusest kui eneseupitamisest. Samas näitab ringne kuju, et väärtused on siiski üks motivatsioonide kontinuum. (Schwartz et al., 2001).



Joonis 1. Schwartzi väärtuste ringmudel (Schwartz et al., 2012).

Nagu ka Schwartzi ringmudelilt näha (Joonis 1), jaguneb väärtuste süsteem 10 põhiväärtuseks - eneseületamise dimensiooni alla kuulub kõikehaaravus ja heasoovlikkus, konservatiivsuse alla konformsus, traditsioon ja turvalisus, eneseupitamise alla võim, saavutus ja hedonism ning avatus muutusele alla ka hedonism ning stimulatsioon ja enesemääratlus. Enamik väärtusi jagunevad ka omakorda spetsiifilisemateks ehk 19 üksikväärtuseks, mis on ka Tabelis 1 välja toodud. (Schwartz et al., 2012).

Tabel 1. 19 üksikväärtust Schwartzi väärtuste mudelis (Schwartz et al., 2012).

Väärtus	Motivatsiooniline eesmärk
Enesemääratlus - mõte	Vabadus viia ellu enda ideid ja mõtteid
Enesemääratlus - tegu	Vabadus otsustada enda tegude üle
Stimulatsioon	Põnevus, uudsus ja muutus
Hedonism	Nauding ja meeleline rahulolu
Saavutus	Edukus vastavalt ühiskonna standarditele
Võim - dominantsus	Võimu saavutamine hoides inimeste üle kontrolli
Võim - ressursid	Võimu saavutamine hoides kontrolli all materiaalsed ja sotsiaalsed ressursid
Maine	Turvalisuse ja võimu saavutamine pidades üleval enda mainet ja hoidudes piinlikkusest
Turvalisus - isiklik	Turvalisus enda ümber olevas keskkonnas
Turvalisus - ühiskondlik	Turvalisus ja stabiilsus laiemalt ühiskonnas
Traditsioon	Hoides ja säilitades kultuurseid, perekondlikke või religioosseid traditsioone
Konformsus - reeglid	Kuuletumine reeglitele, seadustele ja ametlikele kohustustele
Konformsus - interpersonaalne	Teiste inimeste endast välja viimise või kahjustamise vältimine
Alandlikkus	Enda mitteolulisuse tunnustamine laiemas plaanis
Heasoovlikkus - sõltumine	Olla usaldusväärne <i>ingroupi</i> liige
Heasoovlikkus - hoolimine	Pühendumus <i>ingroupi</i> heaolule

Kõikehaaravus - hool	Pühendumus kõikide inimeste võrdsele, õiglasele ja kaitsvale kohtlemisele
Kõikehaaravus - loodus	Keskkonna säilitamine
Kõikehaaravus - sallivus	Endast erinevate heakskiit ja mõistmine

Enesemääratlemine

Enesemääratlemine tähendab iseseisva mõtlemise ja tegutsemise rõhutamist, tulenevalt kontrollimise ja autonoomsuse vajadusest. Vajatakse varieeruvust ja stimulatsiooni, et säilitada optimaalne ja positiivne tegutsemisetase. (Schwartz et al., 2001). Enesemääratlus jaguneb mõtteks ja teoks - esimene paigutub kõikehaaravuse dimensiooni lähedale ning viimane stimulatsiooni juurde. Neid kahte enesemääratluse alatüüpi nähakse kui motivatsiooni oskuslikkuseks - soovitakse saavutada täielik kompetents. Inimene, kellele on oluline enesemääratlus - mõtte, väärtustab tööd valides võimalust olla algatusvõimeline ning pigem ei hooli palgast, kui see, kelle jaoks on oluline enesemääratlus - tegu, kes soovib pigem eesmäärke täita, kui enda intelligentsust ja arusaama suurendada. (Schwartz et al., 2012).

Stimulatsioon

Stimulatsiooni all mõeldakse elus olevate uudsuste, põnevuste ja väljakutsete väärtustamist (Schwartz et al., 2001). Stimulatsioon korreleerub negatiivselt vanusega - katsetamine ja seiklused vanuse kasvades muutuvad vähem sobivaks, kokkupuude uudsustega väheneb ning ühiskonnarollid vähendavad võimalusi ning tõstavad riskide võtmise hinda (Schwartz et al., 2012).

Hedonism

Hedonistliku väärtuse eesmärgiks on õnn ja meeleline ning füüsiline nauding (Schwartz et al., 2001). Hedonismi väärtused korreleeruvad negatiivselt näiteks otsusega minna enda riigi eest sõtta - ei ole seotud elu nautimisega, ning negatiivne seos esineb ka eesmärgiga saada teistest kõrgem sooritus (Schwartz et al., 2012). Hedonismi väärtust oluliseks pidavad inividid on rohkem pühendatud elu nautimisele, seda ka seoses seksuaalse vabadusega (Veenhoven, 2003).

Saavutus

Saavutuse väärtust defineeriv eesmärk on soorituse motivatsioon - tähtis on teiste hinnang. Saavutuse väärtus motiveerib inimesi võistleva ja otsima tähelepanu enda edukusele. See väärtus korreleerub positiivselt ka väitega, et eesmärgiks on kõrgem sooritus kui teistel. Saavutuse väärtust peavad olulisemaks pigem naised. (Schwartz et al., 2012).

Võim

Võimu väärtust saab jagada mitmeks alagrupiks - dominatsioon, ressursid ja maine. Võim-dominatsioon väärtuse eesmärk on sotsiaalne võim, kontroll teiste üle, autoriteetsus ja õigus juhtida. Võim - ressursid on seotud rikkuse ja materiaalsuse omamisega. Maine alaskaala eesmärgilisus seisneb ühiskondlikus äramärkimises ja austuses, avaliku imidži säilitamises. Võim-dominatsioon väärtus ei väljenda vastupidiselt saavutuse väärtusele soovi olla edukuse tõttu imetletud. Võimu dominatsiooni ja ressursi väärtust peavad olulisemaks pigem mehed. Võim-ressursid väärtus viitab rikkuse kogumisele ning kõrge palgasooviga korreleerub see väärtus rohkem kui võim - dominatsioon. Maine väärtus ei korreleeru vanuse ja naistega, kuid võimu-ressursi väärtus korreleerub vanusega negatiivselt. (Schwartz et al., 2012).

Turvalisus

Turvalisuse väärtus eesmärgistab oluliseks kuulumisvajaduse, võlgade vältimise, teenete tegemise ning ka sotsiaalse ja rahvusliku turvalisuse. Turvalisuse väärtuse personaalne ja ühiskondlik dimensioon erinevad selle poolest, kas tähtis on pigem isiklik ja lähedaste turvalisus kui ühiskondlikud turvalisuse küsimused. Turvalisuse - personaalsuse eesmärgilisus seisneb kuulumistundes ning tundmuses, et minust hoolitakse, teenetele vastamises, võlgnevuste vältimises ja korralikkuses. Ühiskondlikku turvalisust saab defineerida kui rahvusliku turvalisusena, rahvuse turvalisus vaenlaste eest, ühiskondliku stabiilsusena. (Schwartz et al., 2012).

Konformsus

Konformsus - interpersonaalsus paneb rõhku negatiivsete interpersonaalsete suhete vältimisele, seetõttu välditakse ka erinevaid organisatsioone, kus erimeelsusi nii organisatsioonisiselt kui

organisatsioonide vaheliselt ette võib tulla. Interpersonaalsuse alatüüp korreleerub negatiivselt ka poliitika jälgimisega. Reeglite dimensiooni eesmärgilisus seisneb reeglite jälgimises, korralikus käitumises. (Schwartz et al., 2012). Konformsuse ja traditsiooni väärtused on motivatsiooniliselt väga lähedased: nad jagavad enese sotsiaalsetele ootustele allutamise eesmärgi. Nad erinevad peamiselt objektide poolest, millele end allutatakse - konformsuse puhul allutatakse end inimestele, kellega tihti suheldakse, näiteks vanemad, õpetajad või ülemused, traditsiooni puhul allutatakse end abstraktsematele objektidele nagu religioossed ja kultuursed tavad ja ideed. Konformsus nõuab reageerimist praegustele ootustele, mis võivad muutuda. (Schwartz et al., 2001).

Traditsioon

Traditsioonilisi väärtusi defineeriv eesmärk on isiku kultuurist või religioonist tulenevate tavade ja ideede austamine, nendega nõustumine ja neile pühendumine. Erinevad grupid arendavad oma tavade, sümbolid, ideed ja uskumused, mis esindavad jagatud kogemusi ja saatust. Need kinnitatakse kui grupi ühised tavad ja traditsioonid. Need sümboliseerivad grupi solidaarsust, näitavad selle unikaalset väärtust ja panustavad selle olemasolusse. Tihti võtavad nad usklike riituste, uskumuste ja käitumisnormide kuju. Traditsionaalsed väärtused nõuavad allumist muutumatutele ootustele minevikust. (Schwartz et al., 2001). Traditsiooni väärtus korreleerub religiooni tähtsusega elus - traditsiooni oluliseks pidav inimene peab tähtsaks palvetamise sagedust ning lükkab tagasi ideed anda samasoolistele paaridele võimalus abielluda. Traditsiooniga on seotud ka alandlikkuse väärtus - välditakse enese tähtsustamist, ollakse tagasihoidlik ning väärtustatakse olema rahul sellega, mis endal juba on. (Schwartz et al., 2012).

Heasoovlikkus

Heasoovlikkus - hoolimine keskendub pigem lähedaste eest hoolitsemisele kui ühiskonna heaolule ja praktilistele ja emotsionaalsetele vajadustele ning on rohkem oluline naistele, korreleerub ka positiivselt vanusega. Heasoovlikkus - sõltumine keskendub pigem usaldusväarsusele ja lojaalsusele, et vajadusel alati aidata, korreleerub negatiivselt vanusega. (Schwartz et al., 2012).

Kõikehaaravus

Kõikehaaravus jaguneb kolmeks aladimensiooniks - sallivus, loodus ja hool. Kõikehaaravuse - looduse väärtuse eesmärk on tegeleda aktiivselt millegi heaks. Kõikehaaravuse - looduse väärtusi oluliseks pidavad inimesed tähtsustavad ka poliitikat ning vabatahtlike organisatsioonide vajalikkust. Kõikehaaravus - hool on rohkem positiivsemalt seotud kui kõikehaaravus - loodus, uskumusega, et immigrandid väärivad samasuguseid õiguseid kui kodanikud ning samasoolised paarid väärivad õigust abielluda. Kõikehaaravus - hoole väärtustega on seotud enim naisi. Kõikehaaravus - sallivus väärtused peavad küll oluliseks mõistmaks endast erinevaid elustiile ning uskumuseid, kuid samas nad ei tunne teiste üle muret nagu kõikehaaravust - hoolt olulisemaks pidavad teevad. (Schwartz et al., 2012).

Suhtumine oma kehasse ja alastusse

Avalike pesemiskohtade all mõistetakse antud töös avalikke saunasid, spordiklubide, ujulate, koolide ja muude asutuste pesuruumi ning just selliseid, kus pesevad end korraga rohkem kui üks inimene. Sooviti uurida nende kasutamise psühholoogilisi külgi, kuna need toovad välja inimestes käitumiserinevused ja -harjumused. Nimelt varjab osa inimestest end sellistes kohtades võimalikult palju, kasutatakse ujumisriideid või välditakse neid üldse, teine osa inimestest aga ei näe nendes mingit probleemi ja pesevad end seal probleemideta. Sisuliselt lähim uuring on läbi viidud USA-s Negy & Wintoni (2008) poolt, kus võrreldi sotsiaalset alastust (*social nudity*) pooldavate ja mitte pooldavate tudengite suhtumist endasse ja enda kehasse ning erinevatesse kultuuridesse. Leiti, et grupid erinesid enda kehasse suhtumise poolest - need, kes teiste inimeste juuresolekul alasti olles end mugavalt tundsid, olid rohkem endaga ja enda kehaga rahul. Alastusega mugavalt tundvad noored olid ka rohkem tolerantset erinevate religioonigruppide suhtes ning nad suhtusid alastustusega mittemugavalt tundvate noortega võrreldes ka positiivsemalt seksuaalvähemustesse. Eelnevat saab seostada väärtussüsteemiga, mida käesoleva töö raames uuritaksegi - kas suhtumine avalikesse pesemiskohtadesse ja kindlad väärtused on omavahel seotud.

Kehakuvandit on defineeritud kui subjektiivset kujutlust inimese enda välimuse kohta, mis kujuneb nii ennast kui teiste reaktsioone jälgides (Merriam-Webster meditsiiniline veebisõnastik, 2015). Definiitsioonist võib tuletada, et kehakuvandil võib olla seos kultuuri ning ümbritseva keskkonnaga, kuna selle üheks kujunemise allikaks on ka ümbritsevate inimeste reaktsioonid. Uurimistöös kehakuvandi uurimiseks kasutatud testi (*Body Image States Scale*) autorid mõistsid kehakuvandi all ettekujutust kehast ja hoiakuid selle suhtes, eriti seoses välimusega (Cash, Fleming, Alindogan, Steadman, & Whitehead, 2002), seega on ka konkreetse uurimistöö raames kasutatud eelkõige seda definiitsiooni.

Kehakuvand on enamjaolt negatiivsem naistel kui meestel, kuna ühiskond seab suuremat olulisust naiste välimusele (Paulk, Dowd, Zayac, Eklund & Kildare, 2014). Negatiivset kehakuvandit, eriti naiste seas, esineb universaalselt - rahulolematust enda kehaga tekitab probleeme enesehinnanguga, üldise heaoluga, töövõimalustega ja produktiivsusega (Mintem, Gigante & Horta, 2015). Zhang'i (2013) läbi viidud kehakuvandi uuringus selgus, et üle poolte (52%) uuringus osalenud naistudentest väitsid, et nad väldivad võimalusel randa, avalikke ujulaid ja riietevahetusruume, kuna ei soovi oma keha teistele näidata. UK-s uuriti tudengite kehakuvandit ning soolisi erinevusi - leiti, et naised (32%) olid rohkem mõõdukalt või väga mures enda kehakuvandi pärast võrreldes meestega (8%) (El Ansari, Dibba & Stock, 2014).

Ecki (2003) uuring tegeles meeste ja naiste erinevustega alasti kehasse suhtumises. Katseisikud pidid hindama alastipilte - naised võrdlesid koheselt pildil oleva modelli keha enda omaga ja kui vastuvõetav on nende keha nii neile endale kui teistele ehk vastab ühiskonna standarditele. Ideaalse naisekeha kirjeldused tulevad enamjaolt meediast ja seega on naised mõjutatud välistest allikatest (meedia, teised naised, mehed) - enda keha hindamine ja selle lausa sundmõtteks olemine on osa naiste igapäevaelust (Perloff, 2014). Ecki (2013) uuringus vaatasid naised pilti teisest naisest ning tegid seda nagu osa nende kehast oleks hindamisel - "ta kõht näeb nagu minu oma välja" jne. Selline enda ja teiste keha hindamine võib mõjutada ka seda, kuidas naised avalikes pesemiskohtades käituvad - võrreldakse enda ja teiste keha, tuntakse end ebamugavalt ja seetõttu kasutataksegi pigem ujumisriideid.

Ecki (2003) uurimuses tuli ka välja, et mehed ei osanud alasti meeste piltide kohta väga midagi öelda ning nad ei võrrelnud enda keha pildil oleva mehe kehaga. Mehed muretsevad enda keha pärast ka palju vähem kui naised - El Ansari et al. (2014) uuringus polnud 80% meestest mingisugust muret enda keha pärast, kuid naistest ei olnud kedagi, keda kasvõi vähesel määral enda keha külmaks jätaks. Rozin & Fallon (1998) uurisid kehakuvandit läbi generatsioonide ning leidsid, et kehakaalu üle muret tundmise põhjuseks saab liigitada sugu ning see ei olene generatsioonidest – nii emad kui tütreid on keskmiselt negatiivsema kehakuvandiga kui pojad ja isad generatsioonide lõikes. Eelnevast võib järeldada, et mehed oleksid rohkem positiivsema suhtumisega avalikesse pesemiskohtadesse, kuna ei võrdle end teiste meestega ega tunne enda keha tõttu piinlikkust, mis võiks neid ka takistada avalikke pesemiskohti külastamast nagu seda võivad teha naised.

Personaalsete väärtuste seos kehaga

Järgnevalt uuriti seoseid, kuidas ja kas üksikväärtused ja kehasse suhtumine üksteist mõjutada võivad ning millised väärtused võivad kõige paremini ennustada suhtumist pesemiskohtadesse.

Enesemääratlus

Enesemääratluse väärtusi olulisemaks pidavaid inimesed väärtustavad rohkem olla uudishimulik ning kõigest huvitatud, seega üritavad nad kõike mõista ja on rohkem avatumad (Schwartz et al., 2001). Zhang (2013) uurimuses leiti, et rahuolematuse enda kehaga, mis avalike pesemiskohtade külastamist ei soosi, mõjutab nii neid naisi, kes näevad end kui spirituaalseid (32%) kui ka vabamõtlejaid (*free-thinkers*) (49%). Vabamõtlejad liigituvad Schwarzi väärtuste skaalal enesemääratluse dimensioonile ehk nad on rohkem avatud kogemusele (Zhang, 2013). Eelneva põhjal võib väita, et enesemääratlus on seotud pigem positiivsemate hinnangutega avalikesse pesemiskohtadesse.

Stimulatsioon

Stimulatsiooni väärtustav inimene tahab võtta riske ja elada põnevat elu (Schwartz et al., 2001). Stimulatsiooni väärtus liigitub ka avatus muutustele dimensiooni alla ning võib näidata seost

suhtumisesse pesemiskohtade ja antud väärtuse vahel. Avalik pesemiskoht võib tekitada inimeses põnevust ja uudust, see tekitab temas mingisuguse emotsiooni, ta on enda mugavustsoonist väljas ning kohaneb väljakutsega.

Hedonism

Veenhoven (2013) tõi välja, et hedonismi ja seksuaalsuse vahel on positiivne seos, kuna tegemist on elu nautimisega, mis on hedonismi põhikomponent. Merianos, King & Vidourek (2013) leidsid, et seksuaalse aktiivsuse ning kehakuvandi vahel on positiivne korrelatsioon – seega, võib eeldada, et hedonismi väärtust olulisemaks pidavad inimesed suhtuvad positiivsemalt alastusse ja avalikesse pesemiskohtadesse.

Saavutus

Saavutust väärtustav indiviid peab edukust oluliseks ning tahab olla väljapaistev (Schwartz et al., 2012). Saavutuse väärtuse ja hinnangute pesemiskohtadele vahelist seost pigem ei ole, kuna enamjaolt ei minda avalikesse pesemiskohtade kaaslaste hinnagut otsima ja kellegagi end võrdlema, vaid seda püütakse vältida (Eck, 2003; Zhang, 2013).

Võim

Inimene soovib kontrolli ning öelda teistele, mida teha (Schwartz et al, 2001). Võimu alaskaalad dominatsioon ja ressursid ei peaks hinnanguga pesemiskohtadesse korreleeruma, kuna pesemiskohtade ja võimuhete vahel on seost raske leida. Küll aga võib maine väärtus olla negatiivselt seotud suhtumisega pesemiskohtadesse - kuna indiviid tahab enda avalikku “nägu” säilitada ja endast head muljet jätta, siis võib alastus seda tema jaoks muuta.

Turvalisus

Turvalisus kuulub konservatiivsete väärtuste dimensiooni ning eesmärgistab nii riigi kui isiklikku turvalisust üle kõige (Schwartz et al., 2001). Võib arvata, et turvalisus ja hinnangud avalikele pesemiskohtadele pole üksteisega seotud.

Konformsus

Konformsuse väärtus eesmärgistab ühiskonna normidele ja reeglitele allumist, ka siis kui kedagi pole läheduses (Schwartz et al., 2001). Konformsuse ja enda kehasse ja avalikesse pesemiskohtadesse suhtumise vahel võivad olla seosed küll - kuna tegutsetakse vastavalt sellele, kuidas lähedased ja teised olulised inimesed käituvad, siis kultuurides, kus alastusesse hästi ei suhtuta, võib ka seos suhtumisega avalikesse pesemiskohtadesse olla negatiivne. Konformsus on ka tihedalt seotud traditsiooniga (Schwartz et al., 2001), mis jällegi viitab sellele, et alastust ja seksuaalsust tauniv ühiskond võib muuta suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse ja sellega kaasnevasse alastusse negatiivsemaks.

Traditsioon

Traditsiooni väärtus ja religioon on tugevalt seotud – võib arvata, et suhtumine alastusse pole nii vabameelne (Schwartz et al., 2001). Traditsiooni väärtus pigem takistab ja leidub negatiivne seos suhtumises pesemiskohtadesse. Alastusega mugavalt tundvad noored on rohkem tolerantsemad religioonigruppide suhtes ja suhtuvad positiivsemalt ka seksuaalvähemustesse (Negy & Winton, 2008), mis on kõik vastupidine traditsiooni väärtuse eesmärgisusele. Kuna alandlikkuse väärtus on tihedalt seotud nii konformuse kui traditsiooniga, siis võib eeldada, et seos suhtumises pesemiskohtadesse on pigem negatiivne – inimese jaoks on oluline see, kuidas teised käituvad ning ühiskonnas või kultuuris tavaks on. Alandlikkuse puhul väärtustab inimene ka tagasihoidlikkust (Schwartz et al., 2012), mis võib tähendada ka tagasihoidlikkust enda keha näitamises ja suhtumises alastusse.

Heasoovlikkus

Heasoovlikkuse eesmärk teha kõigile head ning lähedaste eest hoolitseda, ei tundu korreleeruvat alastuse ning hinnangutega pesemiskohtadele (Schwartz et al., 2001).

Kõikehaaravus

Kõikehaaravuse väärtust olulisemaks pidav inimene arvab, et kõigile peaksid kehtima võrdsed õigused (Schwartz et al., 2012). Kõikehaaravuse ja avalikesse pesemiskohtadesse suhtumise vahel võib olla positiivne seos, kuna kõikehaaravuse hoole dimensioon peab oluliseks, et kõik väärksid samaväärseid õiguseid, seda ka seksuaalvähemused - Negy & Wintoni (2008)

uurimuses oli enda kehasse ja seksuaalvähemustesse suhtumisel positiivne seos. Kuntz, Davidov, Schwartz & Schmidt (2015) kinnitasid enda uurimuses kõikehaaravuse ja homoseksuaalsusesse suhtumise positiivset seost.

Eesmärk ja hüpoteesid

Uurimuse eesmärgiks on selgitada soolisi erinevusi seoses hinnangute andmisega avalikele pesemiskohtadele ning leida seoseid väärtuste vahel. Töö on üheks osaks kolmeliikmelise uurimisgrupi poolt, mis uurib ka spetsiifilisemalt kehakuvandi ning enesehinnangu mõju alastiolekule avalikes pesemiskohtades ning kultuurilisi erinevusi.

Lähtudes teoorias esitatud (Paulk et al., 2008; Zhang, 2013; Eck, 2003; El Ansari et al, 2014) tulemustest, oletan, et:

1. Naised on avalikes pesemiskohtades alastiolekule vähema avatumad kui mehed.

Vastavalt Negy & Winton (2008) uuringule, oletan, et:

2. Positiivsema kehakuvandiga inimesed suhtuvad avalikesse pesemiskohtadesse avatumalt kui negatiivsema kehakuvandiga inimesed.

Lähtudes Schwartz et al. (2012) ringmudelist ja selle sisust, oletan, et

3. Alastiolekule avalikes kohtades avatud inimesed peavad Schwartzi väärtusteooria järgi olulisemaks avatust muutustele väärtusi ning vähem alastiolekule avatud inimesed konservatiivsuse dimensiooni väärtusi.

Meetod

Valim

Uurimisgrupp tegeleb ka kultuuriliste erinevuste uurimisega ning seetõttu olid vastajateks katseisikud üheksast Euroopa riigist - Eesti, Hispaania, Holland, Itaalia, Saksamaa, Soome, Türgi, Ukraina, Ungari. Eesmärgiks oli saada igast riigist 100 katseisikut, eeldatavasti 50 meest ja 50 naist. Katseisikud otsiti vanuses 18-35 aastat. Valimi leidmiseks kontakteerusid autorid peamiselt erinevate noorteorganisatsioonidega. Tegelikult täitsid küsimustiku 1511 inimest, neist lõpetasid selle 774. Pärast sobimatute katseisikute eemaldamist (peamiselt ebasobiva rahvuse ja vanuse tõttu) jäi neid alles 714. Keskmiseks vanuseks oli 22,68 (SD=3,436). Enamik vastanutest olid naissoost, mehed moodustasid koguvalimist 32,4%.

Katsematerjal

Küsimustik viidi läbi Limesurvey internetikeskkonnas. Küsimustik koosnes viiest alagrupist ning oli läbivalt inglise keeles.

Taustküsimused

Küsimustiku esimeses osas küsiti vanust, sugu, päritolumaad, kehakaalu ja pikkust. Kõik väärtused sai ise sisestada.

Suhtumine avalikesse pesemiskohtadesse

Teise osa küsimustikust löid uurimisrühma autorid ise, kuna varem pole suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse uuritud. See koosnes neljast küsimusest. Esimene küsimus seisnes pesemiskohtade kasutustiheduses ning vastust oodati 8-pallisel Likerti skaalal (1 - *Every day*, 8 - *Never*). Teisest küsimusest alates anti kõik vastused viiepallisel Likerti skaalal, küsimuseks oli katseisiku tunded avalike pesemiskohtade kasutamise kohta (1 - *I prefer them*, 5 - *I avoid them*), kolmandaks küsiti, kas katseisik kannab neid kasutades ujumisriideid (1 - *Always*, 5 - *Never*). Viimaseks oli väide “Ma tunnen end avalikes pesemiskohtades eneseteadlikuna (*self-conscious*)” (1 - *Strongly agree*, 5 - *Strongly disagree*).

Väärtused

Kolmanda osana kasutati Schwartzi PVQ-3R 57-väitega väärtuste küsimustikku, millele oli lisatud 7 väärtust, mis mõõdavad tervise olulisust. Vastata sai vastata 6-pallisel Likerti skaalal (1 - *Not like me at all*, 7 - *Very much like me*). Schwartzi skaalast on kaks versiooni: SVS ja PVQ. Interneti teel tehtavate küsimustike puhul on soovitatav kasutada PVQ'd. Soovitatav on ka kasutada erinevaid rahvusi võrreldes testi tõlgituna iga rahvuse originaalkeelde, kuid konkreetses töös on kasutatud ainult inglise keelset versiooni. PVQ ehk portree väärtuste küsimustik (*Portrait Values Questionnaire*) loodi, et mõõta kümmet põhiväärtust eeskätt lastel. Katseisik vastab küsimusele "Kui palju on see inimene sinu meele?" kõigi 64 kujuteldavaid inimesi kirjeldava väite kohta. Test on leidnud väga laialdaselt kasutust ning seda peetakse väga usaldusväärseks. (Schwartz, 2012). Vastajate skoorid tsentreeriti, mis tähendab et iga skaala tulemusest lahutati nende kõikide vastuste keskmine.

Kehakuvand

Küsimustiku neljas osa koosnes *Body Image States Scale* (BISS) testist, millega uuriti noorte kehakuvandit ehk ettekujutust enda kehast ja hoiakuid sellega seoses. BISS-le sai vastata 9-pallisel Likerti skaalal (1- *Extremely dissatisfied*, 9 - *Extremely satisfied*). BISS skaala loodi, kuna oli vajadus mõõtmisvahendi järele, mis näitaks inimese seisundit enda kehasse suhtumisel. Test leiti olevat valiidne ja usaldusväärne. Testi valideerimisel kasutati ülikooliealisi noori, seega sobib skaala ka konkreetses töös kasutamiseks. (Cash et al., 2002). Viimaseks küsimustiku osaks oli Rosenbergi enesehinnangu skaala, mis antud tööd kasutust ei leia, küll aga uurimisrühma teistes töödes.

Protseduur

Katseisikuid saadi esmalt üleeuroopalise noorteorganisatsiooni AEGEE teel ning ka mitmekümnetest teistest noorteorganisatsioonidest. Kõiki katseisikuid teavitati uuringu loomusest ning andmete konfidentsiaalsusest, millele anti nõusolek katse alustamisega. Katseisikud said osa võtta ka loosimisest, mille tulemusena 3 õnnelikku võidavad eestimaiseid maitseid.

Andmeanalüüs

Andmete töötlemiseks ja tulemuste statistiliseks analüüsiks kasutati andmetöötlusprogrammi IBM SPSS Statistics. Normaalkaotusele vastavust kontrolliti *Kolmogorov-Smirnov Test of Normality*-ga ja tuli välja, et sõltuv muutuja - suhtumine pesemiskohtadesse - ei vasta normaalkaotusele ning järgnevalt kasutati mitteparameetrilisi teste. Sugude võrdlemiseks suhtumises pesemiskohtadesse kasutati *Mann-Whitney Testi*. Kehakuvandi ja sõltuva muutuja vahelise seose leidmiseks viidi läbi Spearmani korrelatsioonianalüüs. Spearmani korrelatsioonianalüüsiga leiti ja kontrolliti, mis väärtuste ning sõltuva muutuja vahel esineb suurem seos. Valiti välja positiivsemate kovariatsioonidega väärtused, millega viidi järgmiseks läbi regressioonanalüüs, et uurida, millised väärtused ennustavad ette, kas inimene suhtub positiivsemalt või negatiivsemalt avalikesse pesemiskohtadesse.

Tulemused

H1: Naised on avalikes pesemiskohtades alastiolekule vähem avatumad kui mehed.

Viidi läbi *Mann-Whitney Test* ning selgus, et sugude vahel esineb statistiliselt oluline erinevus ($U=49406$, $p=0,013$). Meeste keskmine tulemus on statistiliselt oluliselt suurem kui naistel ($z=-2,494$). Esimene hüpotees leiab kinnitust.

Tabel 2. Sugude võrdlus suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse.

Sugude võrdlus suhtumises pesemiskohtadesse				
	Sugu	N	Keskmine järk	Järkude summa
Suhtumine avalikesse pesemiskohtadesse	naine	483	344.29	166292.00
	mees	231	385.12	88963.00
	Kokku	714		

H2: Positiivsema kehakuvandiga inimesed suhtuvad avalikesse pesemiskohtadesse soodsamalt kui negatiivsema kehakuvandiga inimesed.

Suhtumises pesemiskohtadesse ja kehakuvandi vahel esineb väga nõrk positiivne ($r=0,091$) statistiliselt oluline korrelatsioon ($p=0,015$). Sugude lõikes naiste seas ei esine olulist korrelatsiooni ($p=0,299$), kuid meeste seas esineb nõrk positiivne korrelatsioon ($r=0,147$, $p=0,025$). Uurides kehakuvandi küsimustiku (BISS) tulemusi soolises lõikes, leiti, et naised (keskmiste järk=339,53) suhtusid enda kehasse negatiivsemalt kui mehed (keskmiste järk=395,07). Teine hüpotees leiab kinnitust.

H3: Alastiolekule avalikes kohtades avatud inimesed peavad Schwartzi väärtusteooria järgi olulisemaks avatust muutustele väärtusi ning vähem alastiolekule avatud inimesed konservatiivsuse dimensiooni väärtusi.

Avatus kogemusele dimensiooni alla kuuluvad enesemääratluse, stimulatsiooni ja ka hedonismi väärtused. Konservatiivsuse dimensiooni alla kuuluvad konformsus, traditsioon ja turvalisus ning lähedalt on seotud ka maine ja alandlikkus. Viidi läbi Spearmani korrelatsioonanalüüs, et näha, millistel väärtustel on tegelikult seos suhtumisega avalikesse pesemiskohtadesse. Tuli välja, et statistiliselt oluline seos oli viie väärtusega: nõrk positiivne seos hedonismiga ($r=0,112$, $p=0,003$), nõrk negatiivne seos mainega ($r=-0,131$, $p=0,000$), konformsus - reeglitega ($r=-0,157$, $p=0,000$), konformsus - interpersonaalsusega ($r=-0,093$, $p=0,013$) ja tugev negatiivne seos alandlikkusega ($r=-0,88$, $p=0,019$).

Viidi läbi regressioonanalüüs, et teha kindlaks, kas eelnimetatud korreleeruvad väärtused ennustavad positiivset suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse - muutujad ennustasid statistiliselt oluliselt suhtumist pesemiskohtadesse, $F(5, 708)=8,435$, $p=0,000$, $R^2=0,056$. Vaadates väärtusi eraldi, ei lisanud kõik väärtused ennustusele statistilist olulisust - hedonism ($p=0,392$), konformsus - interpersonaalne ($p=0,673$) ning alandlikkus ($p=0,66$), olulised olid vaid maine ($p=0,000$) ja konformsus - reeglid ($p=0,005$).

Vaadates erinevusi sugude lõikes, siis naistel esines statistiliselt olulisi korrelatsioone hinnangutes pesemiskohtadele seoses järgnevate väärtustega: negatiivne seos konformsus - reeglitega ($r=-0,176$, $p=0,000$) ja positiivne seos hedonismiga ($r=0,129$, $p=0,005$). Regressioonanalüüsi põhjal võib väita, et antud väärtused ennustavad statistiliselt oluliselt ette suhtumist pesemiskohtadesse, $F(4,478)=5,619$, $p=0,000$, $R^2=0,045$. Meestel esines statistiliselt olulisi erinevusi seoses vaid mainega ($r=-0,234$, $p=0,000$). Regressioonanalüüsi põhjal ennustas antud väärtus statistiliselt oluliselt ette positiivset suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse $F(1, 229)=15,858$, $p=0,000$, $R^2=0,065$.

Arutelu ja järeldused

Töö eesmärgiks oli leida seoseid suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse ning väärtuste vahel, uurides ka soolisi erinevusi.

Esimene hüpotees väitis, et naised on alastiolekule avalikes pesemiskohtades vähem avatumad kui mehed ning see hüpotees leidis ka kinnitust. Meeste keskmine tulemus oli naiste omaga võrreldes kõrgem, mis viitab positiivsemale suhtumisele seoses alastusega avalikes pesemiskohtades. Tulemus polnud üllatav, kuna eelnevatest uurimustest on välja tulnud, et naised on enda kehaga vähem rahul ning seetõttu ka vähem julgemad end avalikes pesemiskohtades eksponeerima (Paulk et al., 2014; Mintem et al., 2015; Zhang, 2013; El Ansari et al., 2014).

Teine hüpotees uuris, kas kehakuvandi ja suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse vahel esineb positiivne seos. Tuli välja, et esineb nõrk positiivne korrelatsioon, mis kinnitab hüpoteesi. Avalikesse pesemiskohtadesse positiivsemalt suhtuvad ehk alastust mittekartvad noored on enda kehaga rohkem rahul (Negy & Winton, 2008). Sugude lõikes tuli välja, et naiste seas olulist seost kehakuvandi ja suhtumises pesemiskohtadesse vahel ei esinenud, kuid positiivne korrelatsioon oli olemas meeste seas ehk positiivsema kehakuvandiga mehed suhtuvad pesemiskohtadesse avatumalt.

Uurides eraldi ka meeste ja naiste kehakuvandi küsimustiku tulemust, leiti, et naiste hoiak enda kehasse on negatiivsem kui meestel. Kuna eelnevad uuringud on kinnitanud, et naised on üldiselt enda kehaga vähem rahul kui mehed (Paulk et al., 2014; Mintem et al., 2015; Zhang, 2013; El Ansari et al., 2014), siis pole tulemus üllatav, et naiste hinnang enda kehale on negatiivsem. El Ansari et al. (2014) uurimuses tuli välja, et naistest polnud kedagi, kes enda keha pärast ei muretseks, vastupidiselt 80% meestest. Mehed aga enda keha ja selle seisukorra pärast nii palju ei muretse (Eck, 2013) ning seda on näha ka positiivses seoses suhtumisega avalikesse pesemiskohtadesse.

Tulemustest saab järeldada, et naiste kehakuvandi põhjal ei saa otsuseid alastusse ja pesemiskohtadesse suhtumisel vastupidiselt meeste kuvandile endast teha. See on üsna vastuoline leid, kuna naised suhtuvad negatiivsemalt avalikesse pesemiskohtadesse ning naistel on ka negatiivsem kehakuvand, mis võiks viidata sellele, et negatiivne kehakuvand on pesemiskohtadesse vähem avatuma suhtumise põhjuseks. Sellise tulemuse põhjuseks võib tuua selle, et mõnest riigist ja kultuurist oli vastajaid rohkem kui teisest ning tegemist võib olla kultuurilise erinevusega või ka küsimustiku enda veaga ehk vähese valiidsusega.

Kolmas hüpotees püstitati, et uurida milliste personaalsete väärtuste ning alastiolekusse ja avalikesse pesemiskohtadesse suhtumise vahel leidub seosed. Eeldati, et alastiolekusse ja avalikesse pesemiskohtadesse suhtuvad avatumalt ja positiivsemalt Schwartzi väärtusteooria järgi avatud muutusele väärtusi (enesemääratlus, stimulatsioon ja hedonism) olulisemaks pidavad inimesed ning negatiivselt konservatiivseid väärtusi (traditsioon, konformsus ja turvalisus) olulisemaks pidajad. Korrelatsioonanalüüsist tuli välja, et koguvalimi põhjal oli oluline seos viie väärtusega - positiivne seos hedonismiga ning negatiivne seos maine, konformsus - reeglite, konformsus - interpersonaalsuse ja alandlikkuse vahel. Positiivne seos hedonismiga oli oodatav, see kuulub ka avatus kogemusele dimensiooni alla. Hedonismi väärtust olulisemaks pidavad inimesed on keskendunud naudingule ehk üleüldiselt rohkem avatumad erinevatele kogemustele (Schwartz et al., 2012). Hedonismi väärtust oluliseks pidavad inimesed peavad teistest väärtustest tähtsamaks seksuaalsust (Veenhoven, 2003), seega võib eeldada, et nad on ka rohkem avatud sotsiaalsele alastusele ning suhtuvad avalikesse pesemiskohtadesse positiivsemalt.

Konformsuse negatiivne seos alastusse suhtumisesse seoses avalike pesemiskohtadega vastas hüpoteesis püstitatud oletusele - konformsuse väärtus kuulub konservatiivsete väärtuste dimensiooni. Konservatiivsed väärtused rõhutavad korda, enese piiramist ja mineviku säilitamist ning on omavahel lähedalt seotud. Konformsuse puhul allutatakse end normidele enda lähedaste poolt - tähtis on teha nii nagu seda teeb pere või sotsiaalne grupp. (Schwartz, 2001). Kuigi arvasin, et konservatiivse dimensiooni väärtustest leidub suurem negatiivsem seos traditsiooniga, siis esines negatiivne seos vaid konformsuse interpersonaalsuse kui reeglite alagruppide ja suhtumise pesemiskohtadesse vahel. See võib tulla sellest, et kultuuris või ühiskonnas on religioonil tähtis koht ning alastusesse ei suhtuta hästi (Schwartz et al., 2012).

Negatiivne seos oli ka maine ja alandlikkuse väärtustega. Mõlemad väärtused paigutuvad ringmudelil (Joonis 1) konservatiivsuse dimensiooni äärtesse - maine mõjutatud ka eneseupitamisest ning alandlikkus eneseületamisest. Schwartz et al. (2012) on kirjeldanud mainet kui avaliku imidži säilitamises - kuna esines negatiivne seos, võib järeldada, et mida rohkem inimene püüab endast head muljet jätta ja arvab, et alastus võib seda muuta, seda halvemini suhtub ta ka avalikesse pesemiskohtadesse ning pigem väldib neid.

Kõige tugevam korrelatsioon suhtumises pesemiskohtadesse oli seoses alandlikkuse väärtusega, mis on Schwartzi et al. (2012) jaotuse järgi lähedalt seotud ka traditsiooni ja konformsusega - tunnistatakse enda mitteolulisust laiemas plaanis ja ollakse teistest sõltuvad ehk vastand individualismile. Mida alandlikum inimene on, seda vähem avatum ja negatiivsem on ta suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse - see võib tulla tagasihoidlikkusest ning soovist vältida tähelepanu.

Uuriti ka väärtuste ennustamisvõimet suhtumises pesemiskohtadesse - kuigi statistilised olulisused olid olemas, siis regressionimudelid kirjeldavad üldkogumi väärtusi üsna halvasti - vaid 5,6% sõltuva muutuja kogumuudust on kirjeldatud regressioonvõrrandiga. Millessegi suhtumisel esineb mitmeid mõjureid ning see võib ka põhjuseks olla, et ennustusvõime nii madal on, võib eeldada, et näiteks enesehinnangu lisamisest mudelisse oleks mudeli kirjeldusvõime tugevam olnud. Vaadates väärtusi eraldi, ennustas statistiliselt oluliselt suhtumist vaid maine ja konformus - reeglid.

Sugude lõikes esines naistel statistiliselt olulisi seoseid suhtumises pesemiskohtadesse kahe juba eelnimetatud väärtusega - positiivne seos hedonismiga ja negatiivne seos konformus - reeglitega. Naiste seas korrelatsioon hedonismiga viitab sellele, et nad väärtustavad rohkem naudingut, mis on jällegi vastuoline eelnevate tulemustega – naiste kehakuvand on keskmiselt negatiivsem ning suhtuvad pesemiskohtadesse vähem avatumalt kui mehed. Negatiivne korrelatsioon konformuse ja reeglitega võib tuleneda kultuurist ning traditsioonidest - naised peaksid end rohkem katma ning seega tunnevad nad ka suuremat vajadust pesemiskohtades ujumisriideid kasutada ega suhtu alastusse kõige positiivsemalt (Negy & Winton, 2008). Meestel esines oluline negatiivne seos vaid mainega. Tulemus on üsna üllatuslik, kuna võiks eeldada, et kõrgema staatuse ja imidži

hoidmine pole meeste puhul seotud suhtumisega pesemiskohtadesse – kehakuvand on meestel keskmiselt positiivsem ning ja pesemiskohtadesse suhtuvad positiivsemalt.

Puudused

Esmalt võib töö puuduseks tuua välja sooliselt ebavõrdse valimi - võrreldes naistega oli mehi vaid 32,4%. Suuremad vead aga põhinevad uurimisgrupi loodud suhtumist avalikesse pesemiskohtadesse mõõtvast küsimustikus. Küsimusi või väiteid oleks võinud kindlasti rohkem olla ning ei saa olla kindel, kas valitud küsimuste põhjal põhjanevaid järeldusi saab teha, eriti kuna koguvalimi põhjal küsimustiku reliaablus (Cronbachi alfa=0,54) polnud kõige parema näitajaga. Küsimustikku oleks saanud ka üldiselt paremini disainida, kuna väärtuste küsimustik oli kokku 64-väitega ning kõik ühel lehel - just seal jätsid pooled potentsiaalsed katseisikud küsimustiku täitmise pooleli (1511 katseisikust täitis lõpuni 774). Küsimustiku taustküsimuste osas oleksid võinud olla valikvastused, nii oleks saanud ennetada ebavajalikest riikidest vastanuid.

Kokkuvõte

Tulemustest võib järeldada, et naised suhtuvad alastiolekusse negatiivsemalt kui mehed. Kehakuvand ja sõltuv muutuja on ka omavahel statistiliselt oluliselt seotud ning meeste kehakuvand on positiivsem kui naistel. Konservatiivse dimensiooni väärtustest on konformsus kõige enam negatiivselt seotud suhtumisega pesemiskohtadesse, seos tekkis ka maine väärtusega, mis paigutub konservatiivse dimensiooni lähedale. Suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse on positiivselt seotud hedonism, mis kuulub avatud muutustele dimensiooni alla.

Tänu sõnad

Tahan tänada enda juhendajat Toivo Aavikut, kes alati nõu ja jõuga abiks oli. Kindlasti ka enda uurimisgrupi teisi liikmeid - Hanna Alajõed ja Hendrik Roland Helmi - nende abi ja toetuse eest.

Kirjanduse loetelu

Eck, B.A. (2003). Men are much harder: Gendered viewing of nude images. *Gender and Society*, 17(5), 691-719.

El Ansari, W., Dibba, E., & Stock, C. (2014). Body image concerns: Levels, correlates and gender differences among students in the United Kingdom. *Central European Journal of Public Health*, 22(2), 106-117.

Cash, T. F., Fleming, E.C., Alindogan, J., Steadman, L., Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: The development and validation of the body image states scale. *Eating Disorders*, 10, 103-113.

Kuntz, A., Davidov, E., Schwartz, S.H., & Schmidt, P. (2015). Human values, legal regulation, and approval of homosexuality: A cross-country comparison. *European Journal of Social Psychology*, 45(1), 120-134.

Merianos, A., King, K., & Vidourek, R. (2013). Body image satisfaction and involvement in risky sexual behaviours among university students. *Sexuality and Culture*, 17(4), 617-630.

Merriam-Webster's Medical Dictionary Online. (2010). Body image. Kasutatud: <http://www.merriam-webster.com/medical/body%20image>

Mintem, G. C., Gigangte, D.P., & Horta, B.L. (2015). Change in body weight and body image in young adults: a longitudinal study. *BMC Public Health*, 15(1), 1-7.

Negy, C., Winton, S. (2008). A comparison of pro- and anti-nudity college students on acceptance of self and of culturally diverse others. *Journal of Sex Research*, 45(3), 287-294.

Rozin, P., Fallon, A. (1988). Body image, attitudes to weight, and misperceptions of figure preference of the opposite sex: A comparison of men and women in two generations.

Paulk, A., Dowd, D.A., Zayac, R., Eklund, A., & Kildare, C. (2014). The relationship between culture, geographic region, and gender on body image: A comparison of college students in the Southeast and Pacific Northwest regions of the United States. *Sociological Spectrum*, 34(5), 442-452.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377.

Pepper, M., Jackson, T., & Uzzell, D. (2010). A study of multidimensional religion constructs and values in the United Kingdom. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 49(1), 127-146.

Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32 (5), 519-542.

Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Schwartz, S.H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C.,, Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663-688.

Van Herk, H., & Poortinga, Y.H. (2012). Current and historical antecedents of individual value differences across 195 regions in Europe. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 43(8), 1229–1248.

Veenhoven, R. (2003). Hedonism and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 4(4), 437-457.

Zhang, K. C. (2013). What I look like: College women, body Image, and spirituality. *Journal of Religion and Health*, 52(4), 1240–1252.

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele.

Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis DSpace.

Carmen Küdorf